

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NINJA 250 CC**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari tugas guna memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi (Manajemen)  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

**HIMAWAN ADI PRAKOSA**  
**B 100 090 099**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NINJA 250 CC**

Disusun oleh :

**HIMAWAN ADI PRAKOSA**  
**B 100 090 099**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh

Dosen Pembimbing



(Rini Kuswati, SE, M.Si)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NINJA 250 CC**

Oleh :

**HIMAWAN ADI PRAKOSA**

**B 100 090 099**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 5 Agustus 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji

1. Drs. Farid Wajdi, MM, Ph.D  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Kusdiyanto, SE, M.Si  
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. Rini Kuswati, SE, M.Si  
(Anggota I Dewan Penguji)

()  
()  
()

Dekan,



**Dr. Syamsudi, MM**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HIMAWAN ADI PRAKOSA**  
NIRM : **09.6.106.02016.500099**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **FAKTOR FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR NINJA 250 CC**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Agustus 2017

Yang Membuat Pernyataan,



**Himawan Adi Prakosa**

## **MOTTO**

- ❖ Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah sungguh-sungguh (suatu urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhan-Mulah hendaknya kamu berharap  
(Q.S. Al-Insyiqaq: 6-8)
- ❖ “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”  
(Q.S. Al-Mujadilah: 11)
- ❖ “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, kami akan menambah (nikmat) kepadamu”  
(Q.S. Ibrahim : 7)
- ❖ “Barang siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah memudahkan bagi orang itu karna ilmu tersebut jalan menuju kesurga”  
(H.R. Muslim)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya kecil ini kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Rasulullah Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam senantiasa tercurahkan pada beliau, *ahlul bait*, para sahabat, serta para pengikutnya hingga akhir zaman nanti.
3. Ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan segalanya, doa, kasih sayang, dukungan dan pengorbanan yang begitu besar dalam hidupku.
4. Ibu Rini Kuswati. SE., M.Si selaku Pembimbing yang selalu sabar dalam membimbingku menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga Besarku terkasih, terimakasih atas segala motivasi dan semangat yang telah diberikan.

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor Ninja 250 CC di Kabupaten Sukoharjo. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Ninja 250 CC di Kabupaten Sukoharjo. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Ninja 250 CC. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kualitas, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Ninja 250 CC. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembeli atau pemakai pemakai sepeda motor Ninja 250 CC dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen pembeli atau pemakai pemakai sepeda motor Ninja 250 CC sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Berdasarkan hasil penelitian ini Hasil analisis uji t diketahui bahwa kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Harga (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Promosi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is To determine the partial influence between the quality of motorcycle purchase decision Ninja 250 CC in Sukoharjo District. To determine the partial influence between price and purchase decision of Ninja 250 CC motorcycle in Sukoharjo District. To find out the partial influence between the promotion of motorcycle purchase decision Ninja 250 CC. To determine the effect simultaneously between quality, price and promotion of motorcycle purchase decision Ninja 250 CC. Population in this research is all consumer of buyer or user of motorcycle user of Ninja 250 CC and sample used in this research consumer buyer or user of motorcycle user of Ninja 250 CC while sampling technique use convenience sampling method. Based on the results of this study The results of t test analysis known that product quality (X1) has a significant influence on purchasing decisions with the supported value t.sig (0.000) smaller than 0.05 ( $\alpha$ ). The price (X2) has a significant effect on the purchase decision (Y) and the value of t.sig (0,000) is less than 0.05 ( $\alpha$ ). Promotion (X3) has a significant effect on purchase decision (Y) and is supported by t.sig value (0.000) less than 0.05 ( $\alpha$ ).

**Keywords:** Product Quality, Price, Promotion and Purchase Decision



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah Robbil'alamin. Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan tak lupa sholawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad yang selalu memberikan petunjuk kepada umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang lurus dan benar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NINJA 250 CC**. Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Syamsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Rini Kuswati, M.Si selaku pembimbing skripsi yang senantiasa dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dari awal sampai terselesainya penulis skripsi.

3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, motivasi dukungan baik moral maupun spiritual serta kesabaran yang melimpah kepada saya selama ini.
5. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis belum sempurna, sehingga masih banyak kekurangan baik dalam penggunaan bahasa maupun penyajian data. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak dan sebagai amalan yang tidak terputus.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Surakarta, Agustus 2017

Penulis,

**Himawan Adi Prakosa**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II.    TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Konsep Pemasaran .....	6

B. Fungsi Pemasaran .....	7
C. Marketing Mix (Bauran Pemasaran) .....	9
D. Keputusan Pembelian .....	27
E. Penelitian Terdahulu .....	30
F. Kerangka Pemikiran .....	31
G. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Populasi dan Sampel.....	34
B. Sampling (Cara Pengambilan Sampel).....	34
C. Teknik Pengumpulan Data .....	35
D. Definisi Operasional .....	36
E. Instrumen Penelitian.....	38
F. Uji Asumsi Klasik .....	40
G. Metode Analisa Data .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Deskripsi Responden .....	46
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
C. Analisis Data.....	51
1. Uji Asumsi Klasik .....	51
2. Analisa Regresi Berganda .....	52
3. Uji t-statistik .....	53
4. Uji F.....	58
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60

BAB V. PENUTUP .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Keterbatasan Penelitian .....	62
C. Saran.....	62

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Umur Responden .....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji t test.....	54
Tabel 4.12	Hasil Uji F test.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
------------------------------------	----